

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X2008230115

UDC_____

厦门大学

工 程 硕 士 学 位 论 文

新媒体语境下动漫形象在招贴中的应用 研究

Application Research of Cartoon Characters in Poster
in the Context of New Media

颜冬丽

指 导 教 师 : 王 备 战 教 授

杨 宝 容 助 教

专 业 名 称 : 软 件 工 程

论文提交日期 : 2012 年 10 月

论文答辩日期 : 2012 年 11 月

学位授予日期 : 2012 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2012 年 10 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

2012 年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ☒ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

2012 年 月 日

摘 要

招贴的发展历程中，动漫形象这一角色始终参与其中：一方面，动漫形象紧跟时代发展的步伐，变换自身姿态完善其艺术形态，不断强化个性、出众、动人的视觉语言特点，为招贴画面增加装饰效果。另一方面，带有动漫形象的招贴愈发受到商家的青睐，高频率地展现于企业、会议、展厅等场所，为企业带去利好作用。面对动漫形象表现出来的艺术价值和商业价值，探讨在新媒体语境下如何运用新的方式让动漫形象和招贴两者之间互相介入，互相融合，创造出更加符合企业需求和招贴发展的作品，正是本文所要研究的课题。

本文首先简要叙述了新媒体、动漫形象、招贴三者的相关概念，探讨了文章中涉及到的动漫形象设计要素和招贴的传播特性，为全文的论述展开铺垫。然后深度剖析了动漫形象独特的优势，借助新媒体语境寻求动漫形象和招贴结合的最佳途径，展示其强大的招贴画面装饰功能和广告宣传功能，最后介绍了实现动漫形象的设计手法，并结合实例说明动漫形象在招贴中的价值，提出动漫形象和广招贴结合的有效途径。

项目中利用新媒体数字技术调和动漫形象和产品的搭配关系，解决原本在招贴中动漫形象一成不变的问题，让招贴画面呈现艺术气息，符合企业产品表现需求。希望通过新媒体数字技术对动漫形象的设计和招贴画面的把握，寻找到新时期下招贴发展的契机。

关键词：新媒体；招贴；动漫形象

Abstract

Cartoon has always involved in the development history of poster. On one hand, the cartoon characters are tight with the pace of the times. They transform their attitude to improve their art form, and continuously strengthen the personality, outstanding, striking visual language features, which increase decorative effect for the posters. On the other hand, the posters with cartoon characters are increasingly favored by merchants, high frequency to show in the enterprise, meeting, exhibition hall and other places. They bring positive effect for the enterprise. Face with the artistic and commercial value of cartoon characters, this dissertation discusses how to use a new way to make cartoon characters and posters both mutual involvement and integration in the context of new media, to create more works that in line with the needs of enterprises and poster development.

This dissertation firstly describes the new media, cartoon characters, posters their concepts briefly, and then discusses the design elements of cartoon characters and the propagation characteristics of posters that involved in this paper, which spread foundation for the full text of this dissertation. Next, deeply analysis unique advantages of cartoon characters find the best combination of cartoon characters and poster with the help of the new media context; show its powerful poster painting decoration function and advertising function. Finally, introduce the realization of cartoon characters design technique, and explain cartoon characters' value in poster with examples, put forward effective way to combine them.

The project mixed cartoon characters with the product in digital technology, which solves change the invariable problem of cartoon characters used in poster and make the posters become artistic to meet the requirements of products. This dissertation is to handle cartoon characters and posters in digital technology, to find a development opportunity for poster in the new era.

Keywords: New Media; Poster; Cartoon Character

目 录	
第一章 绪论	1
1.1 研究目的和意义	1
1.2 主要研究背景	3
1.3 主要研究内容	4
1.4 论文的组织结构	4
第二章 动漫形象应用的相关理论	6
2.1 新媒体概述	6
2.1.1 新媒体定义	6
2.1.2 新媒体的特点	7
2.2 动漫形象	9
2.2.1 动漫及动漫形象	9
2.2.2 动漫形象设计要素	10
2.3 招贴	11
2.3.1 招贴的概念	11
2.3.2 招贴的特征	13
2.3.3 新媒体语境下招贴的传播特性	14
2.4 本章小结	15
第三章 招贴中的动漫形象分析	16
3.1 动漫形象在招贴中的重要性	16
3.1.1 动漫形象利于招贴的功能表达	16
3.1.2 动漫形象结合招贴设计易于产生情感共鸣	21
3.2 招贴中动漫形象的设定	24
3.2.1 动漫形象个性设定	24
3.2.2 动漫形象设定	26
3.3 招贴中动漫形象的设计手法	35

3.3.1 传统手绘表现.....	35
3.3.2 计算机辅助设计表现.....	38
3.4 本章小结	41
第四章 新媒体语境下动漫形象在招贴中的应用案例研究.....	42
4.1 动漫形象应用于招贴的设计准备	42
4.1.1 招贴设计理念与主题的确立.....	42
4.1.2 动漫形象设计手法的设定.....	43
4.2 动漫形象应用于招贴的设计实现	44
4.2.1 动漫形象的个性设计.....	44
4.2.2 动漫形象设计.....	44
4.2.3 动漫形象在招贴中的应用.....	46
4.3 本章小结	50
第五章 总结和展望	52
5.1 总结.....	52
5.2 展望.....	52
参考文献.....	53
致 谢.....	55

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 The Purpose and Significance of Research.....	1
1.2 Research Background.....	3
1.3 The Main Contents of Research	4
1.4 The Arrangement of Structure.....	4
Chapter 2 The Correlation Theories of CartoonImage Application....	6
2.1 New Media Overview.....	6
2.1.1 New Media Definition	6
2.1.2 The Characters of New Media	7
2.2 Cartoon Character	9
2.2.1 Cartoon and Cartoon Characters.....	9
2.2.2 Design elements of Cartoon Characters.....	10
2.3 Poster.....	11
2.3.1 The Concept of Poster.....	11
2.3.2 The Characters of Poster.....	13
2.3.3 Propagation Characteristics of Poster in the Context of New Media ...	14
2.4 Summary.....	15
Chapter 3 Analysis Cartoon Characters in Poster in the Context	16
3.1 Cartoon Image in the Importance of the Poster	16
3.1.1 Cartoon Characters are Good for Functional Expression of Poster	16
3.1.2 The Combination of Cartoon Characters and Poster is Easy to Arouse Sympathetic Feeling.....	21
3.2 The Setting of Cartoon Characters in Poster	24
3.2.1 Characters Setting of Cartoon Characters	24
3.2.2 Cartoon Characters setting	26
3.3 Design Techniques for Cartoon Characters in Poster in the Context	35

3.3.1 Traditional Painting.....	35
3.3.2 Computer Aid Design	38
3.4 Summary.....	41
Chapter 4 Application Cases Research of Cartoon Characters in Poster in the Context of New Media.....	42
4.1Design Preparation for Cartoon Character used in the Poster	42
4.1.1 Design Concept and Establishment of the Subject for the Poster.....	42
4.1.2 Setting of Technique for the Design	43
4.2 Design and Implementation of Cartoon Characters for the Poster	44
4.2.1 Character Design of Cartoon Characters	44
4.2.2 Design of Cartoon Characters for the Poster	44
4.2.3 Applying Cartoon Characters in the Poster.....	46
4.3 Summary.....	50
Chapter 5 Conclusions and Outlook	52
5.1 Conclusions.....	52
5.2 Outlook.....	52
Reference.....	53
Acknowledgements	55

第一章 绪论

1.1 研究目的和意义

随着 1907 年美国的第一部动画片《一张滑稽面孔的幽默姿态》制作完成并投放市场后，各国动漫行业相继发展的序幕被拉开。首先美国以其强大的经济作为支撑，一直引领着世界动画行业的发展，在 100 多年的发展历程中，历经了开创、发展、繁荣、修整、第二次繁荣五个不同的时期，成功塑造了大批耳熟能详的动漫形象，如《白雪公主》中的白雪公主、《玩具总动员》中的尼莫、《怪物史莱克》中的史莱克等。可媲美于美国动漫行业的日本也相继推出《无敌铁金刚》、《机动战士》、《灌篮高手》等动画片，让铁甲万人侠、高达、樱木花道等动漫形象深入人心。而中国推出了具有民族特色的《西游记》、《黑猫警长》、《宝莲灯》等动画片，让大家记住了孙悟空、黑猫警长、沉香等动漫形象。

相较于动漫形象的发展，招贴广告历史更加悠久。在招贴长久的发展过程当中，均用到了各式各样的动漫形象，如 1918 年克林格的战争题材招贴《第八次战争捐款》中的龙，1924 年永井一正的装饰性招贴《我在这里》中的猫，1958 年塞维格那用幽默方法设计的招贴《牛奶肥皂》中的奶牛（如图 1-1 所示），1960 年弗朗科斯的波兰学派风格招贴《Pirelli》中的司机，1987 年的影片宣传招贴《黑猫警长》中的黑猫，2010 上海世博会主题招贴《城市，让生活更美好》中的吉祥海宝（如图 1-2 所示）等。其中独具特色的动漫形象与不同时代背景相融合，体现出动漫形象的宣传、表现、召唤、教化等不同功能。伴随着消费时代的到来，动漫形象和招贴结合的经济效益功能被更广泛地挖掘出来。2005 年的圣卡塔琳娜奔牛节招贴，以动漫形象制作的《牛》促成超过一百万的群众到展览馆参观艺术品。2010 年商家借用上海世博会《城市让生活更美好》招贴中的吉祥海宝形象开发出相关的玩具、书包、书籍、旅游纪念品等，让商家赚了个满钵金。而家喻户晓的白雪公主（如图 1-3 所示）、尼莫（如图 1-4 所示）、高达、孙悟空等动漫形象凭借其知名度每年能够在全球范围内为广大商家获利无数。

显然，动漫形象跟招贴的结合渊源已久，在招贴中运用动漫形象一直是招

贴制作者喜爱的表现形式，一方面将动漫形象这一具象的图形运用到招贴的画面中，让动漫形象装饰招贴画面；另一方面，通过跟招贴的结合将动漫形象特有的形象价值移植到招贴中，促进招贴功能的表达，这在一定程度上反映出动漫形象拥有适用于招贴表达的艺术价值和商业价值，继续深入研究动漫形象和招贴在当今社会中新的结合方式、展示效果、影响作用，将对动漫形象招贴能否在充满竞争的广告生存环境中再次赢得重要的一席之地有个解答，颇有意义。笔者综合前期文献搜集的基础上尝试找寻研究切入点，运用数字新媒体将带有动漫形象的招贴放置到艺术品的角度，又利用新媒体技术的手段覆盖众多宣传场所，展示其艺术价值、商业价值、文化价值、广告价值。鉴于这点，将艺术和技术相结合可以创造出适合当下企业所需的招贴作品，又可以对新媒体语境下动漫形象在招贴中应用的相关理论做次简单梳理。



图 1-1 奶牛



图 1-2 吉祥海宝



图 1-3 白雪公主

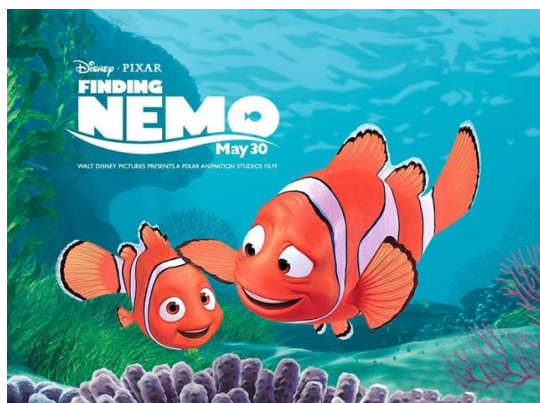


图 1-4 尼莫

1.2 主要研究背景

“动漫”，简而言之可理解为动画和漫画的结合体，其内涵是以现代数字技术手段为平台所创造出来的一切与动画、漫画相关联的视听艺术和相关联的衍生服务。动漫形象则是动漫作品中表现出来的一种鲜明、具体、生动的视觉艺术形象，它根植于动漫艺术的，是动漫艺术的核心介质。受众通过对直观的视觉感受进而进行审美心理活动，从而完成其向文化语言的转换。这种转换后的语言与其它有艺术语言一样是没有种族和国界之分的，能够散发出影响人类的巨大力量^[1]。

对于动漫形象的研究，国外从 19 世纪初动漫艺术初兴之时开始，侧重于迪斯尼动画创作的研究或历史梳理。在国内，关于动漫形象的研究所见资料大部分是关于表现技法、角色设计等方面的内容，对于动漫形象在企业产品、广告方面也有相关探讨，而关于新媒体语境下的动漫形象在招贴中的研究却没有作系统的整合和阐述。

令人振奋的是 20 世纪 90 年代以来，新媒体的概念随着数字化技术的快速发展和人们认识的变化而不断的发展变化，新媒体技术即大众传播领域里的数字化进程。在这个数字化进程中不断的产生媒体技术与艺术的结合，从而产生技术支撑艺术的发展，新的艺术形式间接的推动媒体技术的发展，使之媒体技术与艺术相辅相成。动漫形象和招贴的结合是艺术形式与艺术语言的相互融合，形成了一种新的艺术形态，又是一种新的艺术表达方式。人们通过运用新媒体技术，不仅可以将动漫形象和招贴以多种艺术形式和艺术语言进行综合表达，而且为媒体接收者创造了与新媒体作品之间进行交流与互动的新语境，使人们在获取动漫形象和招贴结合后的内容信息的同时，感受到一种特殊的艺术审美与自在的艺术体验，从而改变了人们在传统艺术接触中的那种被动欣赏和接收的方式，为动漫形象和招贴结合后的新内容的传达提供了有效的空间^[2]。

本文从现代的新媒体技术出发，探讨新媒体语境下动漫形象在招贴中应用的可能性和优势，研究如何将动漫形象和招贴相结合，并通过为企业制作的招贴实例说明动漫形象设定的思路以及动漫形象跟招贴结合的效果，最终对企业起到利好作用。

1.3 主要研究内容

本文主要进行的是新媒体语境下动漫形象在招贴中的应用的研究工作，主要内容包括以下几个方面：

- 1、概括动漫形象、招贴的发展历史，提出本文的研究目的、意义及研究思路。
- 2、梳理新媒体、动漫形象、招贴三者的概念，分析新媒体特点、动漫形象设计要素、招贴的特征、招贴在新媒体语境下的传播特性。
- 3、总结新媒体语境下动漫形象的重要作用，对动漫形象的设定流程和表现手法分别进行阐述。
- 4、通过实例说明动漫形象和招贴结合的设计理念、方式和表现手法。

1.4 论文的组织结构

论文概述了动漫形象和招贴结合的概况，从理论分析来展开动漫形象对招贴的重要性及动漫形象设定的具体方法。对动漫形象的设定从符合招贴主题、注意人体专业知识到可行性分析、表现手法进行研究，以期从理论与具体技术的结合中获得结论，最后总结本文的不足之处并对以后的工作提出展望。

论文主要分为五章进行研究论述，结构安排如下：

第一章，绪论。本章主要介绍本文的研究目的及意义，研究背景，本文主要内容和结构安排。

第二章，新媒体语境下动漫形象招贴设计相关理论。本章论述新媒体的特点、动漫形象设计的原则、招贴特性的相关理论内容以及新媒体语境下招贴的传播特性，为第三章动漫形象和招贴结合提供理论支撑。

第三章，新媒体语境下招贴中的动漫形象分析。本章阐述新媒体语境下动漫形象在招贴中的应用状况，并对动漫形象设定和动漫形象个性设定进行分析，突出动漫形象的设计手法，为第四章的设计实例提供设计依据。

第四章，新媒体语境下动漫形象在招贴中的案例研究。本章从实际项目出发，根据企业需求和动漫形象对招贴的利好作用，对动漫形象和招贴进行设计，进而验证本文提出的动漫形象设定思路和设计方法的正确性。

第五章，总结和展望。总结本文内容并对动漫形象和招贴结合的发展前景进行展望。

厦门大学博硕士论文摘要库

第二章 动漫形象应用的相关理论

新媒体技术利用有线和无线多种通道复合传播的特点能让信息的传递不受时间、地点的制约，招贴也就突破了固定位置张贴的局限性，人们通过互动数字电视、楼宇广告、电梯广告及手机网络等方式获得丰富的招贴信息，招贴信息的传播更加灵活，其功能的实现也就更加理想。其次数字技术广泛应用于动漫形象及招贴的设计和制作的过程，不仅拓展了表现手法还丰富了招贴的画面效果，极大地提升动漫形象和招贴的广告作用。

2.1 新媒体概述

2.1.1 新媒体定义

新媒体，英文为 New Media。这个词最早出现于 1967 年，它是由美国哥伦比亚广播电视网技术研究所所长戈尔德马克（P. Goldmark）在其一份电子录像的商品开发计划书率先提出的，随后在美国广泛应用并流传到全世界。“新”，是与“旧”、“老”相对的一个说法，它一方面可理解为“刚有的、初始的”；另一方面则指“改变成为更好的、有异于旧质的状态或性质”。目前，人们所指的新媒体也是一个相对而又宽泛的概念，是以前没有过的一种新生的媒体形态，是继报刊、广播、电视等传统媒体之后发展起来的，利用数字技术、网络技术、移动技术等新的技术手段，通过互联网、无线通信网、卫星等构建全新的传播平台，并借助电脑、手机、数字电视机等新的终端设备，全时段向用户提供信息和服务的新的媒体形态。它是建立在数字化科学技术应用基础之上的数字化媒体^[3]。

数字化新媒体是以大众传播理论为依据，借助互动数字电视、楼宇及电梯广告、手机报、手机网络等更多更新的媒体形态，将信息传播技术应用到艺术、文化、商业、娱乐、教育等诸多领域。此外，还包括文字、影音、图像的形成和制作，以及传播过程中用到的传播媒体支持。今日的数字新媒体渗透到人民的生活，工作的方方面面，成为数字时代信息承载的巨大载体^[4]。因此，新媒体技术受到越来越高的关注度，俨然成为人民生活中不可或缺的部分。如数字

电视进入千家万户的寻常百姓家，简易的机顶盒装置提供给大众的是截然不同的观看模式，用户可以通过数字化传播享受到自由择片的功能，更能实现用电视接收邮件、下载影片、了解股票动态等。同样的，手机也不仅仅停留在打电话、接听电话，发送短信的时代，更能够直接上 QQ、看电视频道、享受音乐、发布微薄等。此外，3D 技术的崛起带动 3D 电影迅速发展，从进入电影院的那一刻起，就能够运用 3D 的立体场景功能让你拥有身临其境般地感受。

新媒体语境下对媒体的发展和传媒产业的发展也起到重大作用。媒体一方面指的是具备承载信息传递功能的物质：电视、广播、报纸等被称为大众媒介另一方面是指从事信息的采集加工制作和传递的传媒机构：电视台、报社等被称为大众媒体。本文运用到相关的主要是数字新媒体，所涉及的媒体主要是从技术视角去讨论和分析的，而不是从社会视角去讨论和分析。

2.1.2 新媒体的特点

在对新媒体概念的分析及其与传统媒的比对中，我们发现新媒体有着以下几个方面的特点：

(1) 电脑网络、互动电视、手机传媒等最新的媒体形式都要以数字化信息处理技术作为平台，在这一平台的技术支撑下，新媒体突破报纸、广播、电视以及早期网络等媒体单方面传播的传播模式，应用了全互动的传播方式。通过各种类型的互动可以进行随时沟通与交流，比如手机短信与彩信、QQ 视频聊天、BBS 留言板、包括网上商城的即时交流等。科技发展所带来了信息发布的低门槛以及信息的传播的多渠道，使信息制作与传播成本低廉、使用方便快捷，能够做到真正意义的的全互动。

新媒体的全互动传播不仅体现在广度和深度这两个方面，还体现为信息形成与传播过程的改变。在新媒体语境下，信息传递不再像传统媒体那样只是单方面的主动的传播与被动的接受，而是在传与受的双方不断的互动性交流中实现的。信息的受众除了可以自主选择接受信息的类型及内容外，还可以参与到信息的制造与传播，它模糊了接与受这两重不同身份的界限，这有别于传统媒体中传者和受者身份的严格区分。因此在某种意义上来说，在新媒体语境下，只有信息传播的参与者，没有信息传播的控制者。因此，以数字技术为基础和

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库